

## Fuentes de Innovación:

Actores: Artesano, Exportador, Diseñador local/Diseñador externo, Importador, Cliente final

1. Roces: Mercado con fuente de producción
  - a. sed de nuevos productos roce c/ gama de artículos existentes
  - b. tendencia moda roce arte/técnica autóctona
  - c. reciclaje: abundancia de materia prima (basura) y mano de obra arroja producto atractivo para mercados desarrollados
2. Roces: Fuentes de producción dentro del mismo entorno
  - a. Técnicas, materias primas, culturas, dentro de un mismo país se rocen para crear nuevas propuestas
  - b. Concepto de producto se transforma: técnicas, materias primas, artículo terminado versus componente
3. Regionalización de oferta
  - a. Diagnóstico de producción regional sugiere oportunidades de cooperación
  - b. Técnicas, materias primas, culturas, se rocen para crear nuevas propuestas
  - c. Concepto de producto se transforma: técnicas, materias primas, artículo terminado versus componente
  - d. Compartir compradores sugiere nuevos productos
4. La clave: Receptividad de los mercados
  - a. Sin mercado receptivo no prosperan actividades innovadoras
  - b. Mercado cerrado te deja morir de hambre; mercado abierto te come vivo

## Modelo Rhode Island School of Design (RISD):

Actores: Artesanos, Exportador, Diseñador externo, Estudiantes

1. Noviembre-enero 2005-6 Providence, Rhode Island. **Estudiantes universitarios** de diseño acuden a un seminario dado por una **diseñadora** de renombre, salida hace mucho de la misma academia, se empapan en la cultura de tejedoras Mayas, sus creencias, su entorno natural, su literatura, música, especialmente sus técnicas de tejido. Empiezan a ensayar ideas para la creación de novedosos productos.
2. Febrero 2006 viajan a Guatemala. Viven tres semanas a la par de **tejedoras**. En las mañanas aprenden a tejer de maestras Mayas, en las tardes **artesanas y artesanos**--tejedoras de telar de pío, de palito, de croché, productoras de ponpones, los tejedores de maguey, teñidoras de jaspe, bordadoras--trabajan en conjunto con los estudiantes en un taller intenso todos los pasos necesarios para producir los productos diseñados en USA, adecuándolos, perfeccionándolos.
3. Febrero-agosto 2006. **El exportador** da seguimiento a las setenta propuestas más interesantes, recibiendo componentes de telas, croché, cinta, tejido de maguey, y arma el conjunto en talleres de confección. A la par prepara estrategias de mercadeo. Los estudiantes reciben fotos digitales, corrigen, siguen los procesos de cerca. **La maestra-diseñadora** mueve hilos para promocionar el proyecto entre sus clientes importadores, invita dueños de cadenas de tiendas a una presentación del proyecto en la universidad y los involucra.
4. Agosto 2006. La presentación de los productos finales se hace en el New York International Gift Fair ante 50,000 compradores, con la presencia de grandes compradores invitados de antemano para generar bulla, anticipación, entusiasmo. Se genera en este evento pedidos para fin de año y para toda la primavera 2007, asegurando a los artesanos un caudal importante de ingresos durante por lo menos ocho meses.

## Modelo Rhode Island School of Design (RISD):

Artesanos en contacto diario con estudiantes de élite que se preparan para asumir trabajos como diseñadores, compradores, hacedoras de moda. Artesanos ven **procesos**, tienen contacto directo con un mercado hasta ahora extremadamente lejano, lo empiezan a entender. Se habla de tu a tu sin intermediarios excepto en algunos casos un traductor

Estudiantes no suelen tener contacto directo con la población productiva. Este proceso les reorienta, les saca al campo y lo teórico se vuelve discusión, prueba, negociación, que-puedo, que-no-puedo, y finalmente producto consensado. Al mismo tiempo ven costos de materiales, el valor monetario de las jornadas que se pagan a los artesanos, cómo se alimentan, etc. Y esto los encarrila en el camino de la solidaridad.

Importante destacar también la ASSOCIATIVIDAD creado entre artesanos en los talleres. Estos son artesanos que habitan en comunidades vecinas, son mayoritariamente de la etnia Cakchiquel, aunque hay unos pocos Tzutuhiles y Quichés. Sin embargo raras veces o nunca se han sentado a la par y nunca lo han hecho en el contexto de desarrollo de productos. La competencia por los recursos turísticos es tan intensa que cada artesano suele estar encerrado en su quehacer, y esta situación de asociatividad es revolucionaria y una gran generadora de ideas DE COMO EL TRABAJO EN CONJUNTO PUEDE GENERAR PRODUCTOS NOVEDOSOS PARA TANTO EL MERCADO LOCAL COMO LOS DE EXPORTACION.

# Estudiantes/artesanos

# Desarrollo de productos





# Reciclaje

falda de lona hecha por hombres indígenas se usa para  
bolsas, cojines





## Venta de producto en ferias





## Venta de producto en ferias





# Artesanos



# Oferta regional





# Oferta regional



**Vasijas de Nicaragua**



**Muebles y accesorios de tusa de Honduras, cojines, ropa de mesa y bolsas de Guatemala**



**Muebles de Honduras, velas y textiles de Guatemala**







# Reciclaje/Innovacion



Vase 1

Vase 2 Cut Vase

Beak Vase

Carafe

Glasses

Double Vase Jug



# Innovacion

arte gráfico folclórico se transforma para crear nuevos productos



Esqueleto estudiantil adornará manteles, carteras



Loderas de camión pintadas a mano  
Renacerá como carteras para mujer